

汽车行业深度报告

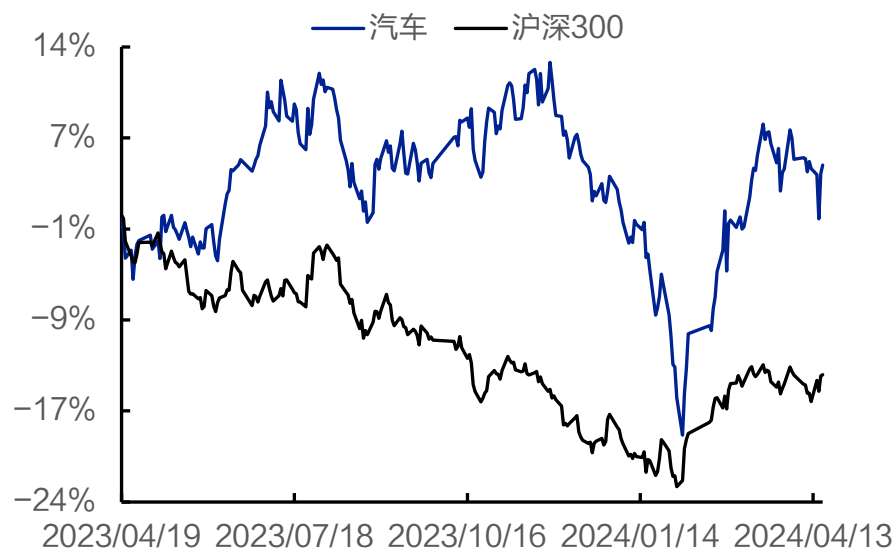
进击的出海龙头 – 奇瑞汽车深度复盘及其产业链梳理

评级：推荐(维持)

戴畅(证券分析师)
S0350523120004
daic@ghzq.com.cn

王隼(证券分析师)
S0350523120006
wangl15@ghzq.com.cn

最近一年走势



相关报告

《汽车行业周报：小米SU7定价订单超预期，四部门联合印发通用航空装备创新应用实施方案（推荐）*汽车*戴畅，王隽》——2024-04-01

《汽车行业报告关于低空经济的十问十答（推荐）*汽车*王隽，戴畅》——2024-03-31

《汽车行业周报：政策支持+事件催化，当前仍是汽车布局窗口期（推荐）*汽车*戴畅，王隽》——2024-03-17

沪深300表现

表现	1M	3M	12M
汽车	-3.2%	7.8%	3.2%
沪深300	-0.9%	9.0%	-14.2%

重点公司代码	股票名称	2024/04/19	EPS			PE			投资评级
		股价	2022A	2023A/E	2024E	2022A	2023A/E	2024E	
002997.SZ	瑞鹄模具	28.10	0.76	1.07	1.61	37	26	18	未评级
603596.SH	伯特利	52.31	1.71	2.06	2.79	31	25	19	买入
603179.SH	新泉股份	41.63	0.97	1.65	2.28	43	25	18	买入
002536.SZ	飞龙股份	11.40	0.17	0.46	0.67	67	25	17	增持
000887.SZ	中鼎股份	12.90	0.74	0.87	1.04	17	15	12	未评级
603358.SH	华达科技	26.30	0.59	0.88	1.13	45	30	23	未评级
603768.SH	常青股份	12.96	0.47	0.87	1.12	28	15	12	未评级
002434.SZ	万里扬	5.75	0.23	0.41	0.68	25	14	8	买入
605333.SH	沪光股份	23.18	0.1	0.08	0.50	232	285	47	未评级

资料来源：Wind资讯，国海证券研究所
 实际值

注：1) 未评级公司盈利预测取自 Wind 一致预期；2) 伯特利、新泉股份、常青股份、飞龙股份2023年EPS为实

- ◆ 奇瑞汽车发端国企，历经20多年发展，凭借出色的技术积累、产品布局及市场开拓，已发展成为我国销量领先的车企，也是我国汽车出海发展的代表性车企。据奇瑞汽车公众号，2023年奇瑞销售汽车188.1万辆，其中出口93.7万辆，表现亮眼。总结奇瑞以往发展历程：
 - 1) 1997-2010年：公司起步于低端车型，伴随我国汽车普及热潮发展为自主龙头，后开启多品牌战略，销量阶段性达峰；
 - 2) 2011-2020年：公司进入战略调整期，收缩品牌布局，着重精品化、高端化、全球化拓展，销量增长进入瓶颈；
 - 3) 2020年之后：公司加速新能源转型并进入海外高速扩张期，电动智能化暂时落后于行业，海外市场成为主要增长引擎。
- ◆ 油电双线成长、品牌梯次布局，现有奇瑞、捷途、星途和iCAR四大品牌序列，全面覆盖低/中/高端燃油市场和新能源市场：
 - 燃油SUV产品是奇瑞销售主力，其中中低端车型仍为主要贡献，高端化探索艰难但已初见成效。在我国2023年新能源车渗透率再创新高的背景下，奇瑞燃油车型销量稳步提升。
 - 奇瑞新能源转型进度暂时落后于行业平均水平，据Marklines数据，2023年新能源车销量仅占集团总销量7.2%。2024年奇瑞预计将推出18款混动、4款纯电车型加速发力新能源汽车赛道，此外与鸿蒙智行合作的智界品牌销量有望进一步突破。
- ◆ 技术与出海是奇瑞汽车的两大标签，掌握自主技术和深耕海外市场是近年来奇瑞告诉增长的核心原因：
 - 奇瑞坚持技术立企，是首批发展自主技术的中国车企之一，是我国第一家掌握发动机、变速箱、底盘、平台等核心技术的乘用车企业，也是中国第一家出口整车、CKD零部件、发动机及整车制造技术和装备的车企。依托“瑶光2025战略”，奇瑞现已布局火星架构、鲲鹏动力、雄狮智舱、大卓智驾和银河生态五大领域。
 - 奇瑞在海外市场历经三阶段发展已构建全球化经营版图，据奇瑞汽车公众号数据，截至2023年奇瑞连续21年位列中国品牌乘用车出口榜首，是我国汽车出海标志性企业：
 - ✓ 成功原因：先发优势是基础，过硬的产品、坚定的执行力以及正面的品牌形象成功使奇瑞在众多市场站稳脚跟。
 - ✓ 重点市场：奇瑞目前海外重点市场分布于俄罗斯、墨西哥、土耳其、巴西、意大利以及中东和中亚地区，已在俄罗斯、巴西、意大利、埃及、乌兹别克斯坦、马来西亚、印度尼西亚等多国布局CKD产能供应当地市场。
 - ✓ 海外预期：据中汽协数据，2024年1-2月奇瑞出口16.9万辆超越上汽集团，位列中国车企出口榜首。凭借良好的经销商资源和广泛的产能布局，以及俄罗斯和东南亚等为代表的新的市场增量，奇瑞海外市场销量或延续较快增长。

- ◆ **投资评级及建议：**我们认为，国内汽车行业正迎来全球化发展机遇，整车制造商及零部件供应商都将在此次全球化进程中充分受益，因此我们维持汽车行业“推荐”评级。奇瑞汽车是自主车企的代表之一，旗下四大品牌梯次布局，国内市场销量稳定增长，海外市场表现进入显著成长期。海外增量+新能源新车周期+华为合作，三重引擎拉动下销量有望保持较快增长，持续看好奇瑞及奇瑞相关产业链，重点关注瑞鹄模具、伯特利、新泉股份、飞龙股份、中鼎股份、华达科技、常青股份、万里扬、沪光股份。
- ◆ **风险提示：**国内汽车市场竞争激烈，汽车市场不及预期风险；新车型推进不顺利风险；海外市场政策变动及贸易摩擦风险；海运受阻风险；国际汇率波动风险；上游供应链波动风险；重点关注公司业绩不达预期风险。

1997-2010

低端车型起步
顺应中国汽车普及热潮

1997年

- 奇瑞前身安徽汽车零部件工业公司在芜湖成立

1999年

- 第一辆车“奇瑞（风云一代）”下线

2001年

- 首次开展汽车出口业务
- 为获得资质，安徽汽车零部件工业公司出让20%股份于上汽集团，改名上汽集团奇瑞汽车有限公司。

2003年

- 奇瑞脱离上汽，正式更名“奇瑞汽车股份有限公司”

2005年

- 瑞虎SUV正式上市

2007年12月

- 与美国量子公司合资成立“奇瑞量子汽车有限公司”（后更名观致）

2009年

- 奇瑞推出多品牌战略
 - 全性能微型车品牌，开瑞KARRY
 - 中高端轿车品牌，瑞麒RIICH
 - 全能商务车品牌，威麟RELY
 - 中低端乘用车品牌，奇瑞CHERY
- 奇瑞车型从2006年4个快速拓展至近30个



2011-2020

多品牌受挫后战略调整
提升品质做精品车

2012年11月

- 成立奇瑞捷豹路虎汽车有限公司



2013年4月

- 多品牌战略失败，重归一个奇瑞战略

2013年11月

- 瑞虎5正式发布
- 观致3上市

2016年

- 艾瑞泽5、瑞虎7正式上市

2017-2020年

- 新能源奇瑞小蚂蚁、艾瑞泽5e、瑞虎3xe、瑞虎e、大蚂蚁、QQ冰激淋陆续上市

2021-至今

深耕海外终成正果
大力转型新能源

2021年开始

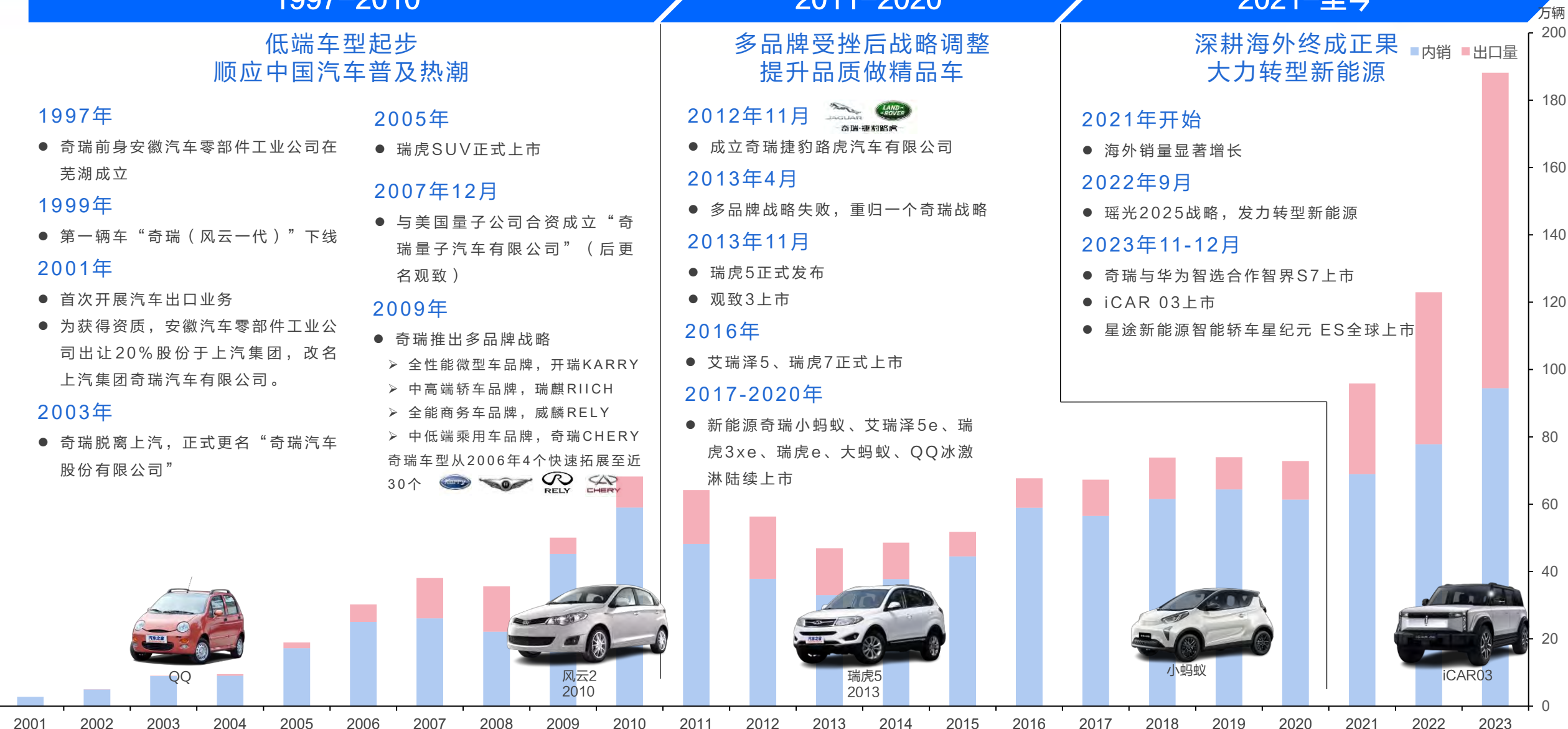
- 海外销量显著增长

2022年9月

- 瑶光2025战略，发力转型新能源

2023年11-12月

- 奇瑞与华为智选合作智界S7上市
- iCAR 03上市
- 星途新能源智能轿车星纪元 ES全球上市

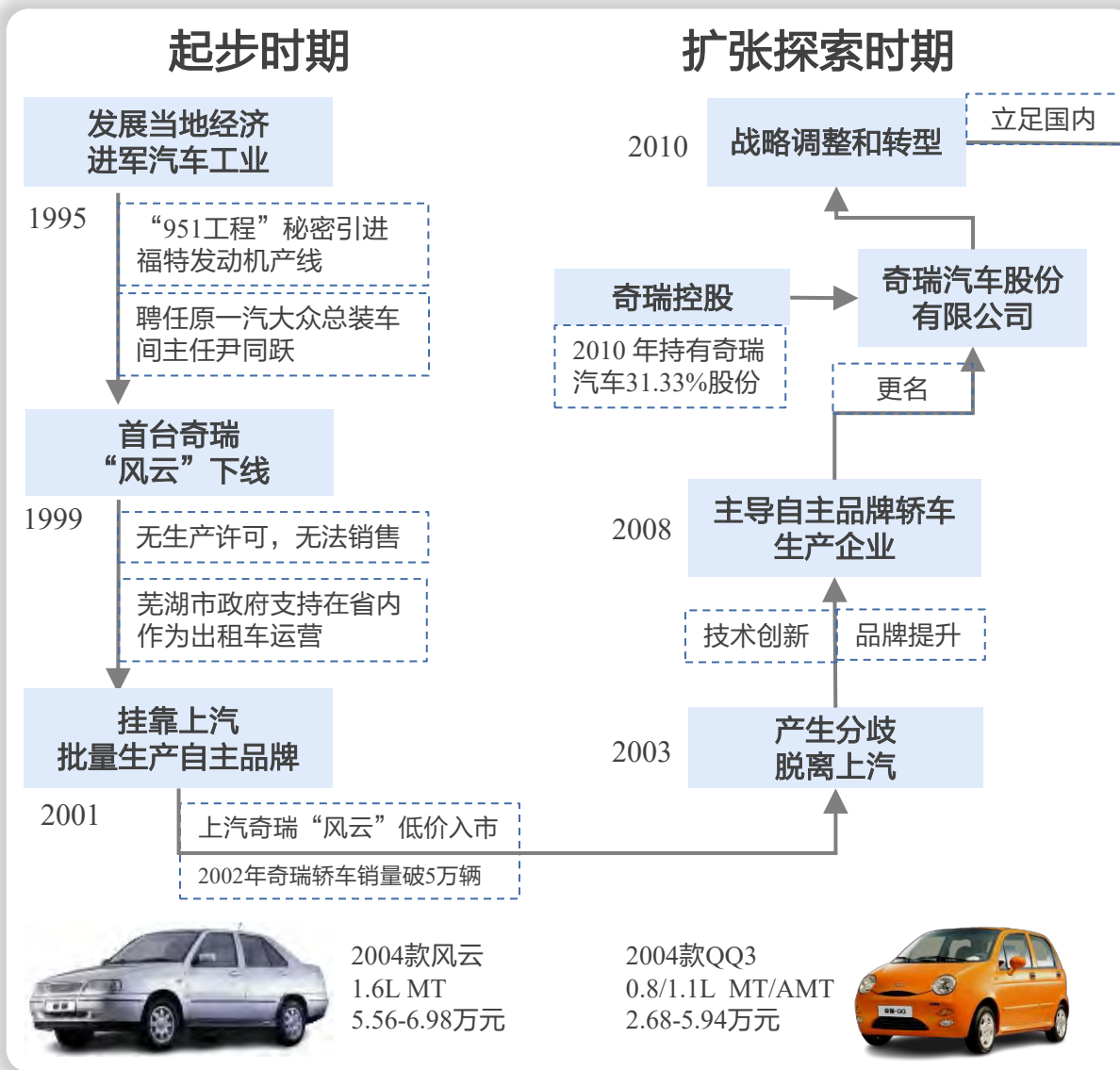


1. 国资背景“理工男”，燃油SUV畅销海内外
2. 四大品牌梯次布局，油电并举双线成长
3. 海外市场深耕细作，三阶段发展筑就全球化经营
4. 产业链相关标的梳理
5. 风险提示

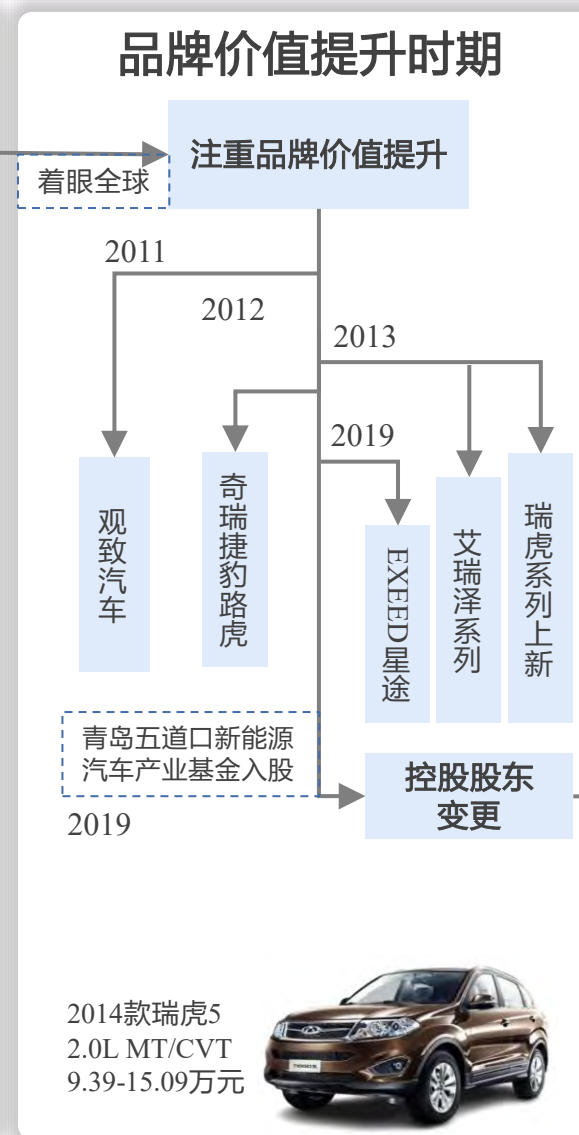
01 国资背景“理工男”，燃油SUV畅销海内外

- ◆ 1.1 发端地方国企，凸显技术与出海两大标签
- ◆ 1.2 经济型燃油车逆势上涨，新能源车型积极布局
- ◆ 1.3 多品牌战略再出发，瑶光计划加速电动智能化转型
- ◆ 1.4 国资背景实控人，民营资本逐步加入

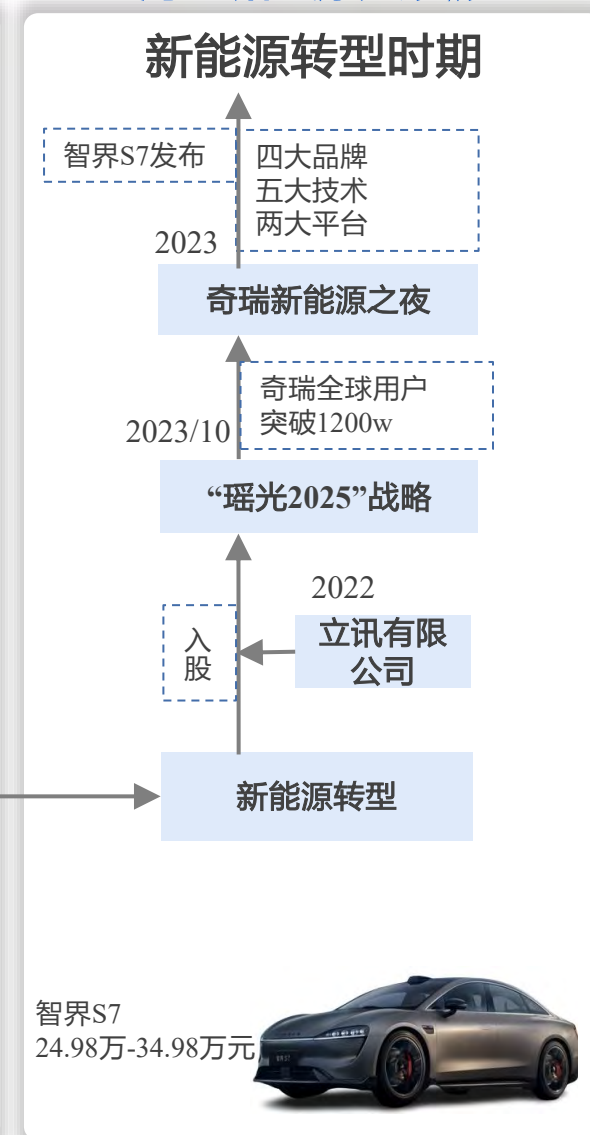
1. 低端起步成长为自主龙头



2. 扩张受挫磨练内功

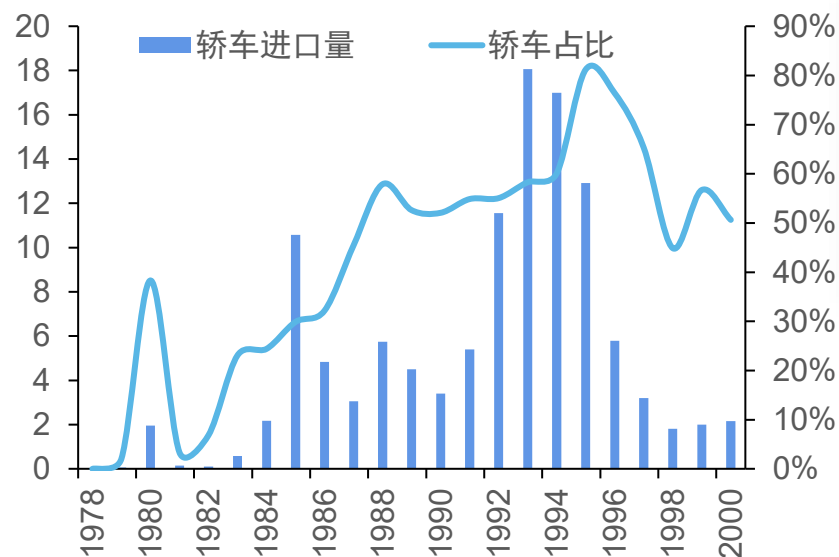


3. 出海+新能源大发展



- 1990s初期，地方政府看中汽车产业对经济的拉动作用，低调推动其发展。改革开放后，中国对轿车需求量猛增，寻求经济发展与结构转型的安徽省芜湖市政府看准机会，于1995年秘密高价引进了英国福特汽车的二手发动机生产线，对内称“951”工程，对外称“安徽汽车零部件工业公司（筹备处）”，奇瑞汽车前身就此诞生。
- 尹同跃组建初始团队，带领奇瑞打开局面。1995年，芜湖政府力邀“安徽老乡”、一汽大众总装车间主任尹同跃主持汽车项目。1999年5月，奇瑞自主研发的第一台发动机下线，同年12月第一台轿车“风云”下线，奇瑞通过低价策略进入市场，在当地政府的扶持下迅速形成规模，逐步走向正轨。

图：1978-2000年中国轿车进口量(万辆)及占整车进口总量比重



图：尹同跃简介



尹同跃

奇瑞控股集团党委书记、董事长
奇瑞汽车股份有限公司董事长兼总经理
出生年月：1962年11月
国籍：中国
籍贯：安徽巢湖

1983年毕业于合肥工业大学汽车工程专业，此后在一汽工作12年半，曾任一汽-大众总装车间主任，当选一汽“十大杰出青年”。1996年11月离开一汽集团进入奇瑞公司工作。2004年2月，任奇瑞汽车有限公司党委书记、董事长。

图：奇瑞第一辆轿车“风云”下线



1999年12月

奇瑞第一辆轿车——000001号的“风云”下线，开启了奇瑞自主造车“从0到1”的突破。

- 1999年奇瑞首批汽车下线时，尚未进入汽车生产管理目录，无法全国销售，但在地方政府支持下被指定为芜湖出租车，并允许在安徽省内销售，初步进入市场。
- 2001年，在国家部委和当地政府的支持下，奇瑞汽车挂靠上汽集团。奇瑞汽车将注册资本的20%无偿划拨给上汽集团，更名为“上汽集团奇瑞汽车有限公司”，双方约定上汽对奇瑞“不投资、不分红、不管理、不担责”。之后奇瑞以大幅低于桑塔纳、捷达和富康等主销热门车型的价格切入市场并迅速形成规模，使公司走上批量化生产道路。挂靠上汽期间共推出“风云”、“东方之子”、“QQ”和“旗云”四款车型。
- 2003年，上汽集团退出奇瑞；2004年，奇瑞获得轿车生产资格更名为“奇瑞汽车股份有限公司”，逐步成长为颇具代表性的自主车企。

图：奇瑞风云在政府支持下成为芜湖出租指定用车



图：奇瑞与“老三样”车型对比

	奇瑞（2002款）	桑塔纳（2000款）	捷达（2000款）	富康（2002款）
起售价	7.98~10.68万元	13.50~17.00万元	13.20~16.40万元	8.20~16.00万元
车型级别	紧凑型轿车	中型车	紧凑型轿车	紧凑型轿车
动力系统	1.6L 88马力 L4	1.8L 101马力 L4	1.6L 87/101马力 L4	1.4L 75马力 L4
外观尺寸	4335*1688*1449	4680*1700*1423	4428*1660*1415mm	4071*1702*1425mm
轴距	2468	2656	2471mm	2540mm

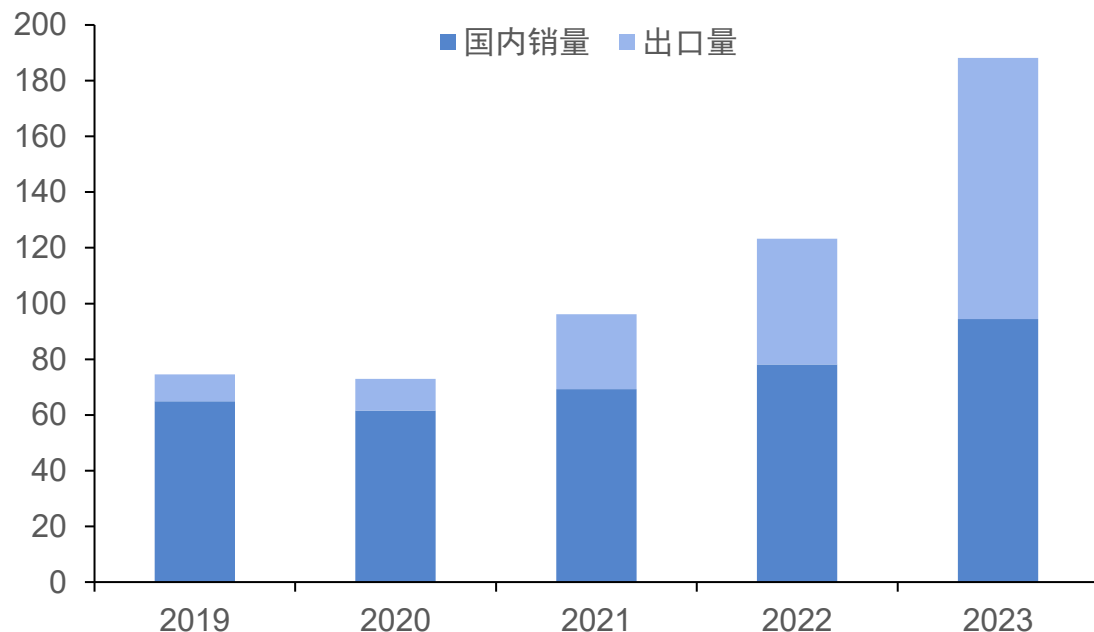
- 奇瑞成立于1997年，总部位于安徽省芜湖市，公司产品覆盖乘用车、商用车、微型车等领域。2007年8月奇瑞第100万辆汽车下线，成为首个汽车产量突破100万辆的自主品牌。据奇瑞汽车公众号数据，2022年奇瑞汽车年销量123.27万辆，首次年销破百万辆；2023奇瑞汽车年销量188.1万辆，同比增长52.6%。
- 奇瑞是首批发展自主技术的中国车企之一，是中国第一家掌握发动机、变速箱、底盘、平台等核心技术的乘用车企业，也是中国第一家出口整车、CKD零部件、发动机及整车制造技术和装备的车企。据奇瑞汽车官网，截至2023年底，奇瑞已累计申请专利29000+件，位居中国汽车行业前列。

图：奇瑞汽车重要技术荣誉

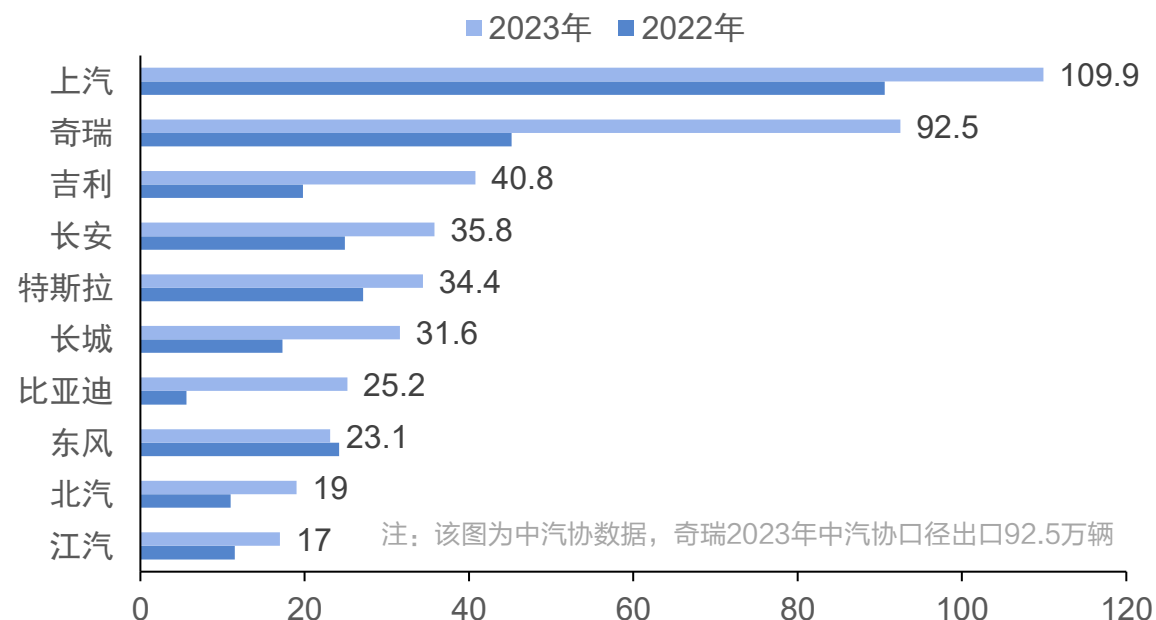


- 据奇瑞汽车公众号，奇瑞连续21年位列中国品牌乘用车出口榜首，是中国汽车出海的先行者。1999年10月奇瑞第一辆轿车“风云”下线，2001年10月奇瑞便出口叙利亚，开始批量进入国际市场。据奇瑞汽车公众号，2023年奇瑞销售车辆188.1万辆，其中出口93.7万辆仅次于上汽集团，截至2023年12月底，奇瑞全球用户累计超过1300万，其中海外用户达335万。
- 奇瑞的全球化布局在研发、渠道、生产等方面充分体现。1) 研发层面，已建立起芜湖、上海、北美、南美、欧洲、中亚六大研发中心；2) 渠道层面，据Marklines数据截至2023年2月（下同），奇瑞海外已覆盖80多个国家及地区，1500余家海外经销商和服务网点；3) 生产层面，奇瑞已搭建10个海外工厂，海外总产能达20万辆/年。

图：2019-2023年奇瑞集团国内销量及出口量(万辆)

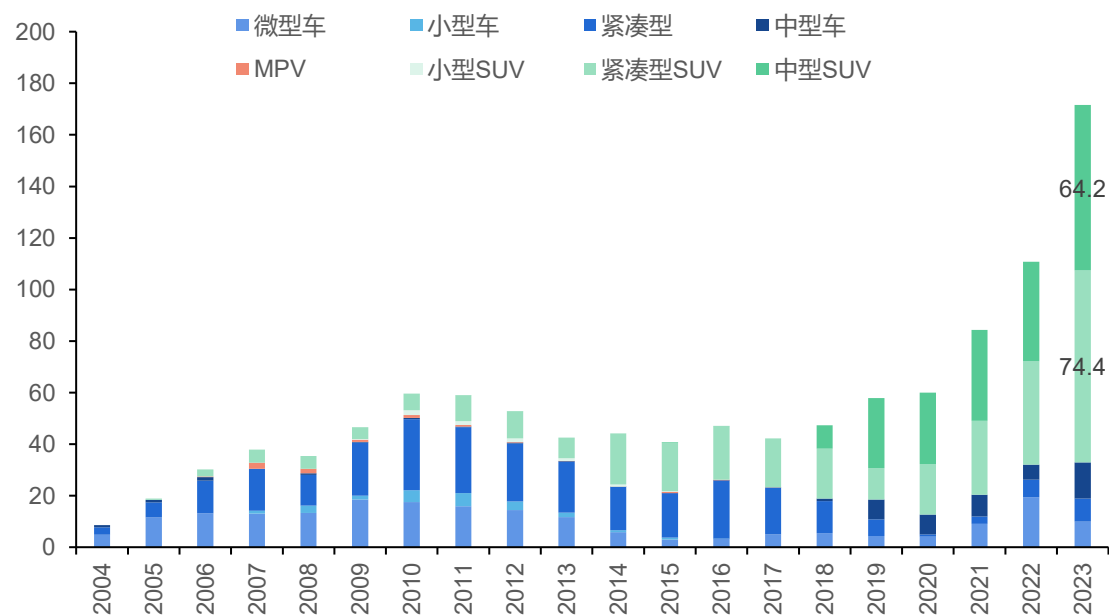


图：2023年中国整车出口量前十企业（万辆）

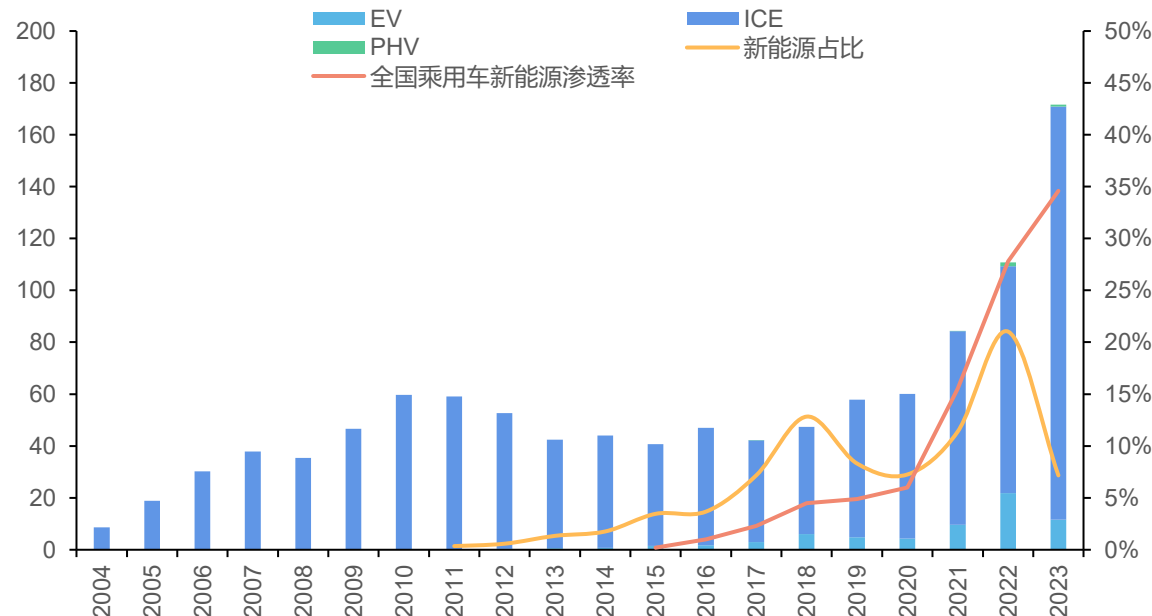


- 奇瑞汽车早期以轿车车型起步，受益于国内SUV市场高速发展，目前SUV车型已成为公司销量主力。以Marklines数据口径，2023年公司SUV车型销量138.6万辆，占比80.8%，其中紧凑型SUV 74.4万辆，中型SUV 64.2万辆。
- 奇瑞电动化转型步伐已落后于行业水平。奇瑞汽车曾以电动QQ车型率先进入新能源汽车领域，但后续长期没有推出具备较强竞争力的新能源车型。据Marklines数据，2023年公司内部新能源车型销量占比（7.17%）已落后于我国乘用车新能源渗透率（34.6%）。2023年奇瑞新能源车型主要销量集中在QQ冰淇淋（6.86万辆）和eQ1（2.97万辆）两款微型电动车上。

图：2004-2023年奇瑞汽车分车型级别销量（万辆）



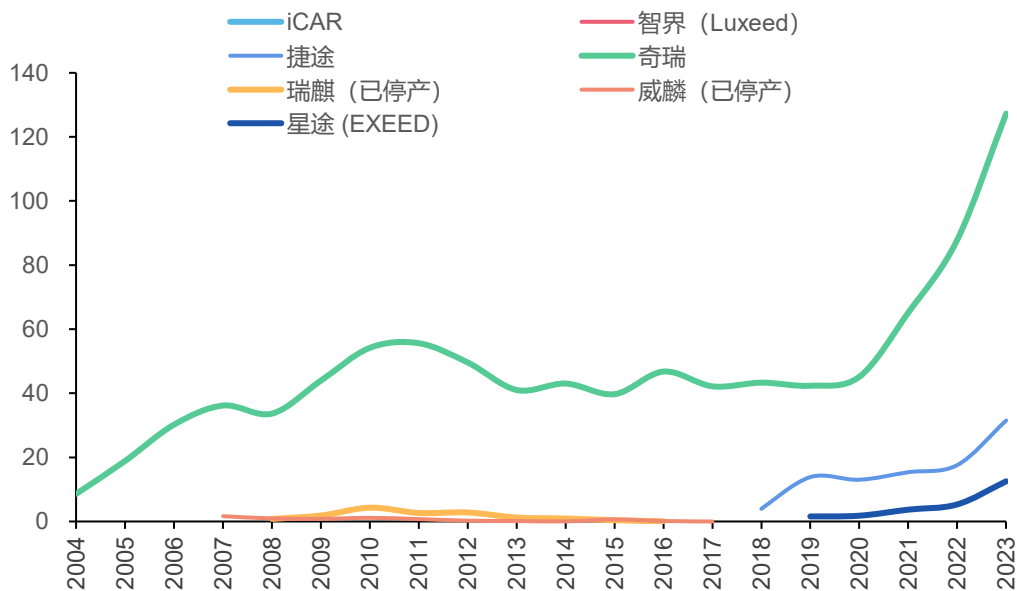
图：2004-2023年奇瑞汽车分动力类型销量（万辆）及新能源渗透率（右）



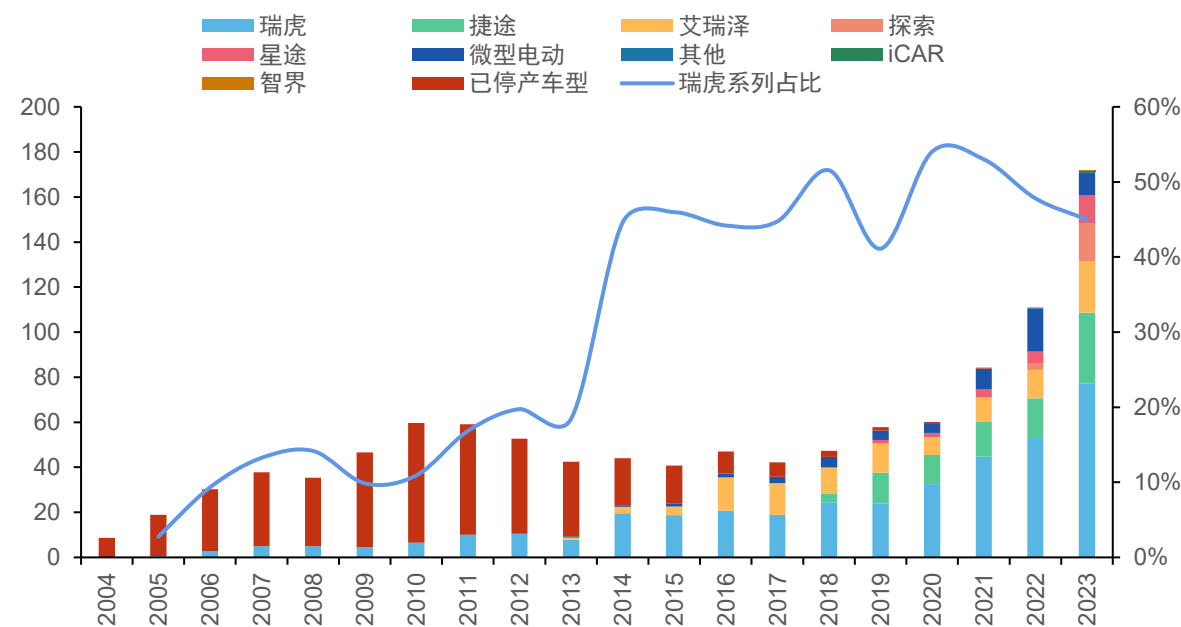
■ “新四大”接替“老四大”，重启多品牌战略。2009年初，奇瑞为摆脱低端廉价形象发布四大品牌（除奇瑞外，另推出开瑞、瑞麒、威麟三个定位不同的品牌），但因相似车型较多而销售表现平平，规模效应不佳，最终于2012年8月宣布停止多品牌战略。2023年4月，奇瑞汽车正式发布以“奇瑞、捷途、星途和iCAR”组成的四大品牌战略。

■ 奇瑞主品牌长期成为公司销售主力，瑞虎系列独占一半销量。据Marklines数据，2023年奇瑞品牌占奇瑞汽车总销量的74.2%，瑞虎系列占奇瑞汽车总销量的45.0%。

图：2004-2023年奇瑞汽车分品牌销量(万辆)

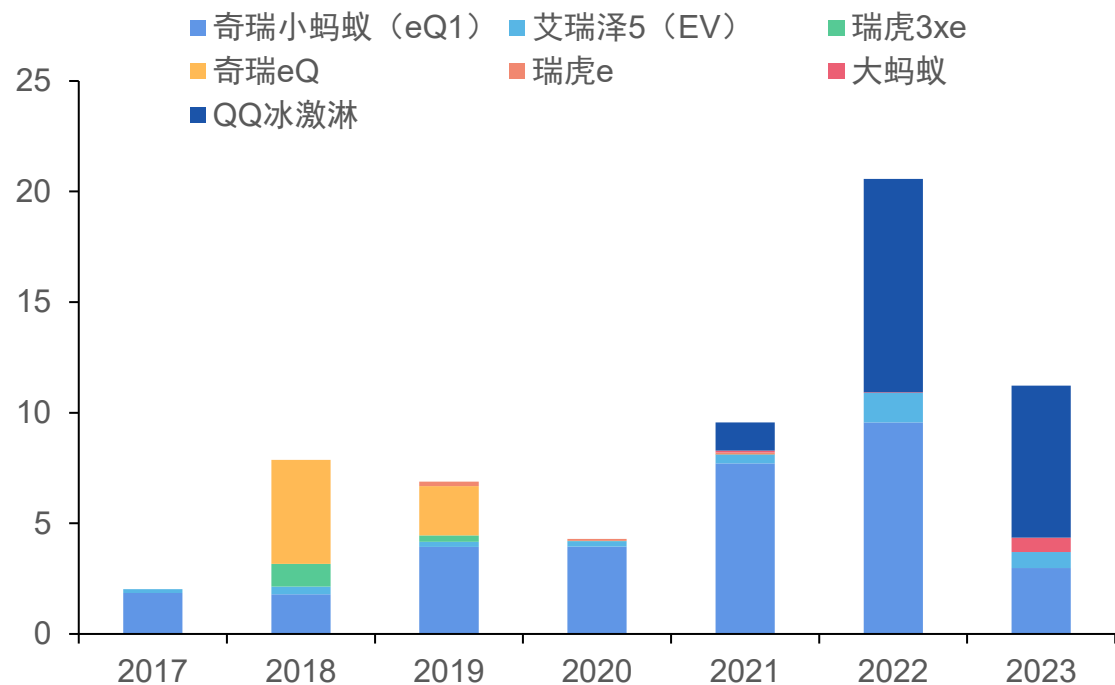


图：2004-2023年奇瑞汽车分车型系列销量(万辆)及瑞虎占比



- 2022年9月，“瑶光2025”前瞻科技战略正式发布，加速构建新时代技术创新链。“瑶光2025”战略涵盖了火星架构、鲲鹏动力、雄狮科技、银河生态四大核心领域，意图助推奇瑞向全面新能源、智能化发展。
- “瑶光2025”战略成效初现，2023年Q4奇瑞集中推出了与华为合作的智界S7、星纪元ES以及iCAR 03等破局竞争力的新能源车型。

图：奇瑞新能源汽车分车型历史销量（万辆）



图：奇瑞新能源汽车销量主力车型



图：奇瑞面向主流市场新推出的重点新能源车型



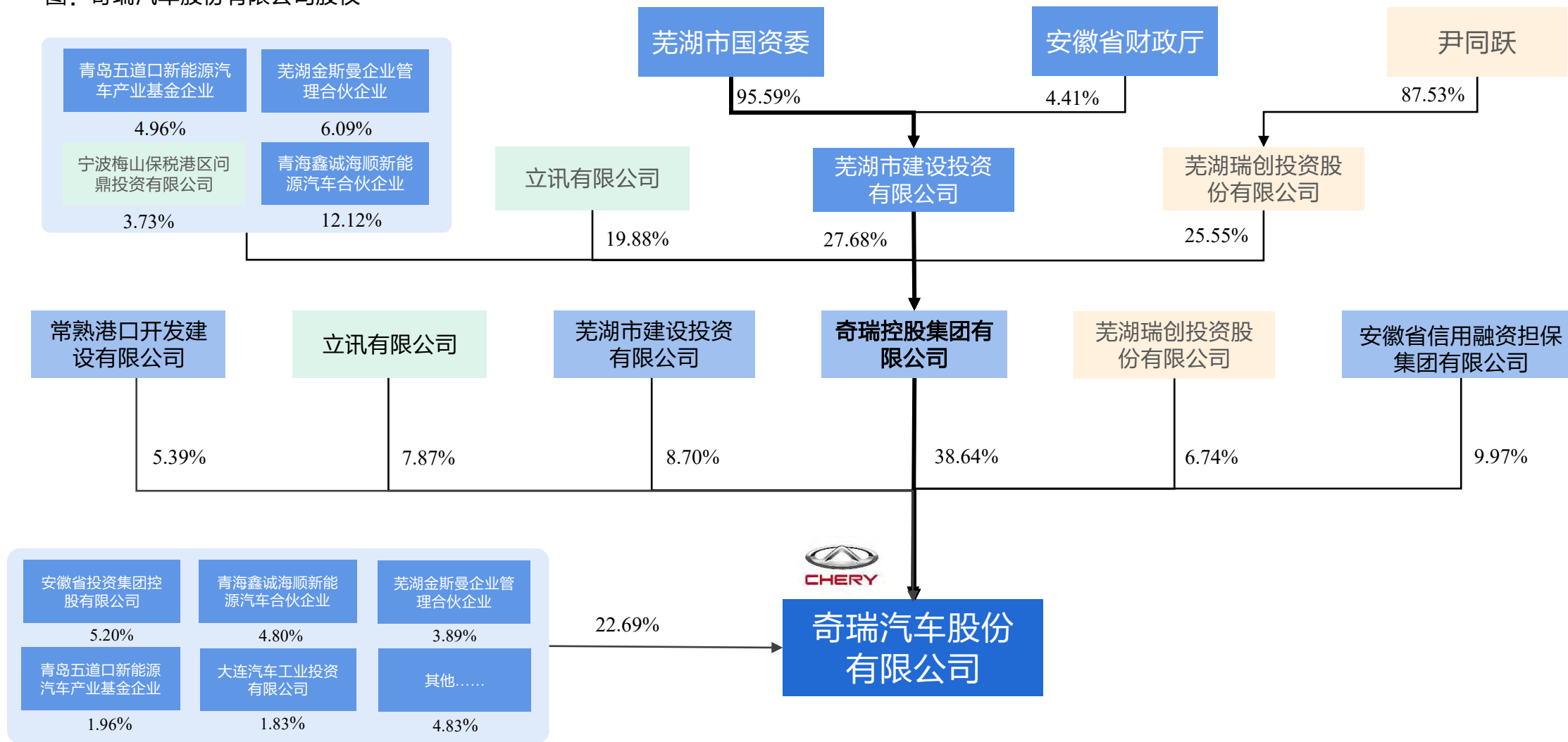
■ 2023年10月，奇瑞科技DAY则让“瑶光2025”技术全面进阶，核心技术领域由之前的四个增至五个，新增“大卓智驾”。依托“安全、能耗、空间、智舱、智驾”5大技术优势，引领奇瑞全产品阵营不断向上进阶，重新构建“新汽车”定义。

表：瑶光2025技术进阶主要内容

	涵盖范围	量产规划	开发规划	预研规划
火星架构	平台架构 电子电气架构 奇瑞操作系统	E0X电动和超级混动 EEA5.0 应用层软件	E0X电动和超级混动 CIC1.0与2.0 EEA5.1 中间件和底层软件	可扩展智能火星架构 CIC 3.0 EEA6.0 标准软件平台建立
鲲鹏动力	高效发动机 高效混动箱 高效电驱 高效电池	5.0代 热效率44.5% 3.0代 1DHT/3DHT 2.0代 800V 91% 2.0代 700+km CTP	6.0代 热效率46% 4.0代 1DFH/3DHT 3.0代 800V 92% 3.0代半固态；4-6C	清洁能源E-Fuels/发动机 5.0代 4.0代智能矢量双电机 4.0代固态，8C
雄狮智舱		Lion6.0第三空间和大模型1.0	Lion6.1第三空间和大模型2.0	Lion7.0元宇宙和大模型3.0
大卓智驾		Chery Pilot3.0	Chery Pilot4.0 和 Drive1.0	Drive2.0
银河生态		数据平台能力建设	垂类大模型应用	全场景AI赋能应用

■ 截至2023年12月底，奇瑞汽车股份有限公司实控人为芜湖市国资委，持有奇瑞汽车18.54%股权。

图：奇瑞汽车股份有限公司股权



股权变动

2000年底，在有关部门协调下，**奇瑞无偿划拨20%股权**给上汽集团以获得汽车生产资格。上汽与奇瑞约定不投资、不参与管理、不承担债务、不分红。

2007年12月，**芜湖瑞创投资股份有限公司**为奇瑞汽车公司增资9.92亿元，持股34.41%，成为最大股东。上海同华动力创业投资中心和上海湖山投资中心各自增资1.13亿元，持股2.5%。

2010年10月，芜湖瑞创投资股份有限公司与芜湖建投投资有限公司共同出资成立奇瑞控股有限公司，注册资金33亿元，分别持股48%和52%。

2019年12月，青岛五道口新能源汽车产业基金企业累计投资144.5亿元成为奇瑞汽车和奇瑞控股最大股东，分别持股30.99%和18.52%，增资扩股全部完成后，合计持股将达51%。

2022年2月，立讯有限公司与奇瑞控股、奇瑞股份、奇瑞新能源签署了《战略合作框架协议》。协议约定立讯有限公司以100.54亿元人民币购买青海五道口持有的奇瑞控股19.88%股权、奇瑞股份有限公司7.87%股权和奇瑞新能源的6.24%股权。

奇瑞挂靠上汽

瑞创投资入股

奇瑞控股成立

青岛五道口入股

立讯有限公司入股

2000

2007

2010

2019

2022

IPO运作

早在2004年，奇瑞汽车就提出IPO计划，但因与上汽集团股权关系尚未厘清等多方因素，上市计划最终没有实施。

2008年，奇瑞汽车公司完成公司改制、非核心资产剥离等一系列上市准备工作，因金融危机等风险上市之路被搁置。

2009年，股票市场回暖，随着多家战略投资者进入、地方政府支持和银行融资的追捧，公司资金充足，IPO意愿减弱，上市计划再次被搁置。

2019年，青岛五道口以144.5亿元进驻奇瑞，但因后续资金未到位导致股权交割延期，IPO计划苗头再次熄灭。

2023年，奇瑞汽车营收首次突破3000亿元，IPO再次被提上日程；同时，奇瑞董事长尹同跃在“瑶光2025战略”发布会上称奇瑞力争在2025年前实现A股IPO。

02 四大品牌梯次布局，油电并举双线成长

- ◆ 2.1 油电并举布局四大品牌序列，高端化与电动化探索效果初现
- ◆ 2.2 奇瑞品牌：“燃油+新能源”双线产品矩阵序列
- ◆ 2.3 捷途汽车：高性价比车型专注家用旅行SUV市场
- ◆ 2.4 星途汽车：奇瑞汽车品牌向上发展的关键支柱
- ◆ 2.5 iCAR：奇瑞的“新势力”品牌，主打年轻人的新能源车

- 奇瑞汽车现有四大品牌序列，全面覆盖低、中、高端市场及新能源领域。2023年4月，公司在“奇瑞新能源之夜”活动中宣布构建以“奇瑞、星途、捷途、iCAR”为核心的品牌矩阵。其中，奇瑞品牌是公司的中端品牌，星途定位高端品牌，捷途专攻SUV车型，iCAR定位新能源品牌。
- 依托“瑶光2025”战略，巩固燃油车基本盘，加速布局新能源赛道。2022年9月，奇瑞公司正式启动“瑶光2025”前瞻科技战略，并持续更新，现已布局火星架构、鲲鹏动力、雄狮智舱、大卓智驾和银河生态五大领域，分别对应底盘、动力系统、智能座舱、智能驾驶和车联网五大领域，并在此基础上研发“超级混动平台”和“E0X高性能电动平台”。

图：奇瑞汽车旗下品牌及核心技术布局





iCAR03 10.98-16.98 万元

纯电为主
不排除增程

EV

智界

鸿蒙智行



智界S7 24.98-34.98 万元

EV



捷途山海



山海L9 16.69-18.89 万元

全面混动化
含增程

PHEV

捷途



旅行者 13.99-18.49 万元



大圣系 9.69-16.99 万元



X70系 6.49-16.79 万元



X90系 10.19-16.99 万元

燃油继续迭代
已有混动推出

ICE
PHEV



星纪元



星纪元 ES 19.88-33.98 万元



星纪元 T

纯电为主

EV

星途



追风C-DM 12.98-14.98 万元



凌云 13.99-18.99 万元



揽月 19.39-23.89 万元



瑶光 15.28-20.68 万元

全面混动化

PHEV



瑞虎



3X系 5.99-7.49 万元



5X系 6.99-9.59 万元



7系 7.99-11.99 万元



8系 9.78-16.39 万元



9系 15.29-20.39 万元

艾瑞泽



5系 5.99-10.99 万元



8系 10.89-14.69 万元

燃油继续迭代
已有混动推出

ICE
PHEV

探索



探索06 11.69-14.49 万元



欧萌达 7.99-10.79 万元

风云



A8 11.99-14.99 万元

混动化车型
轿车+SUV

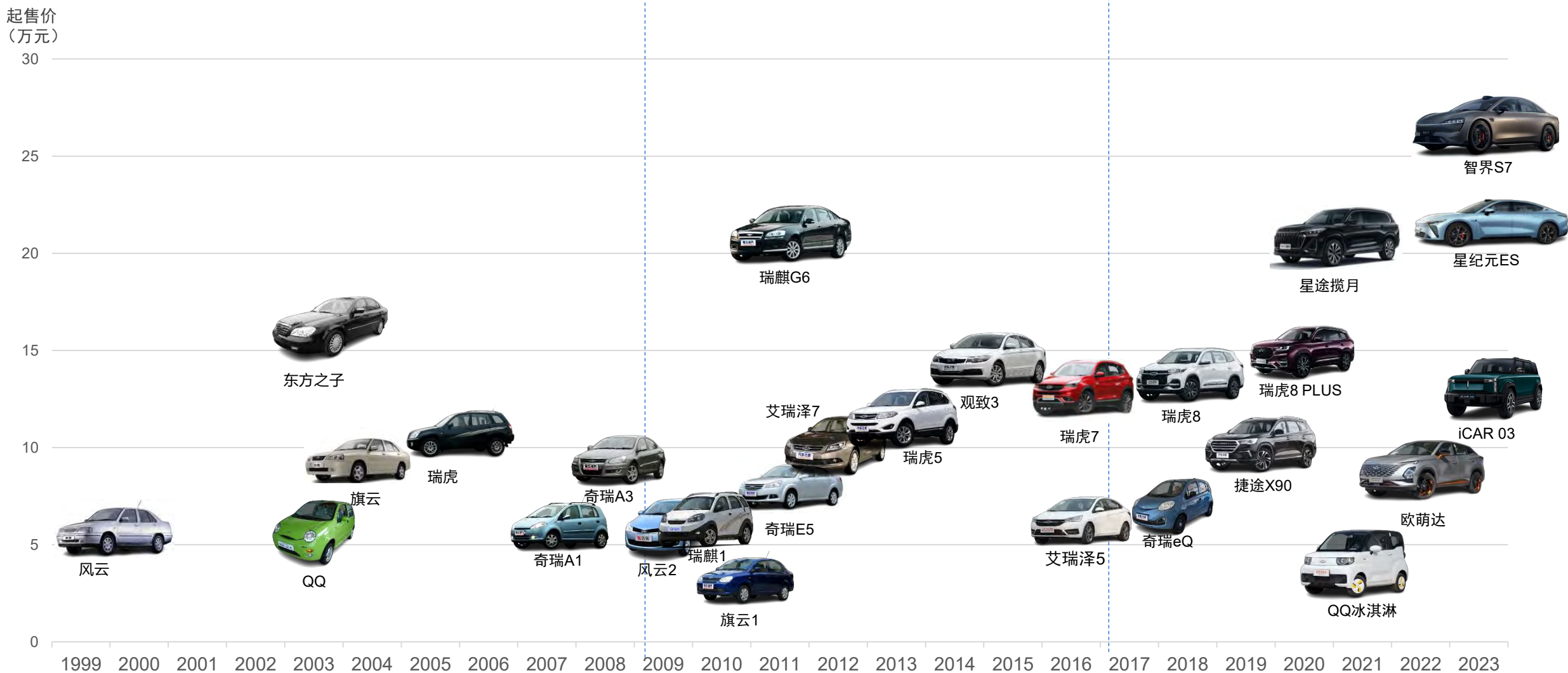
PHEV

图：奇瑞汽车重点车型发布年份及起售价（万元）

低端车型起步

向上艰难探索

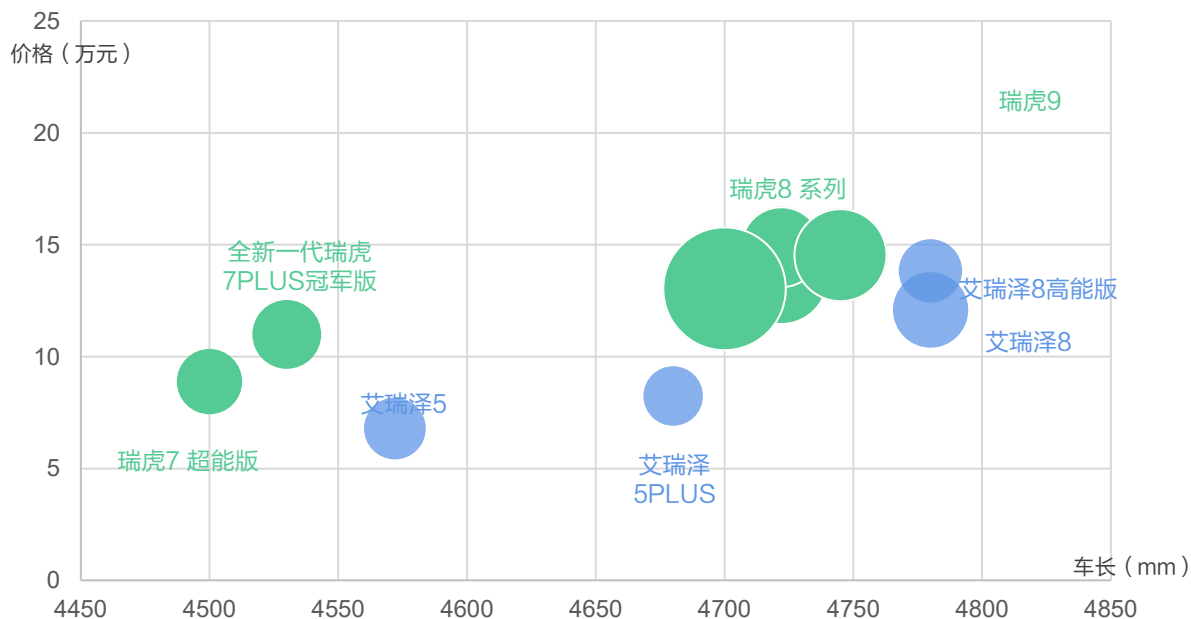
高端化初步见效



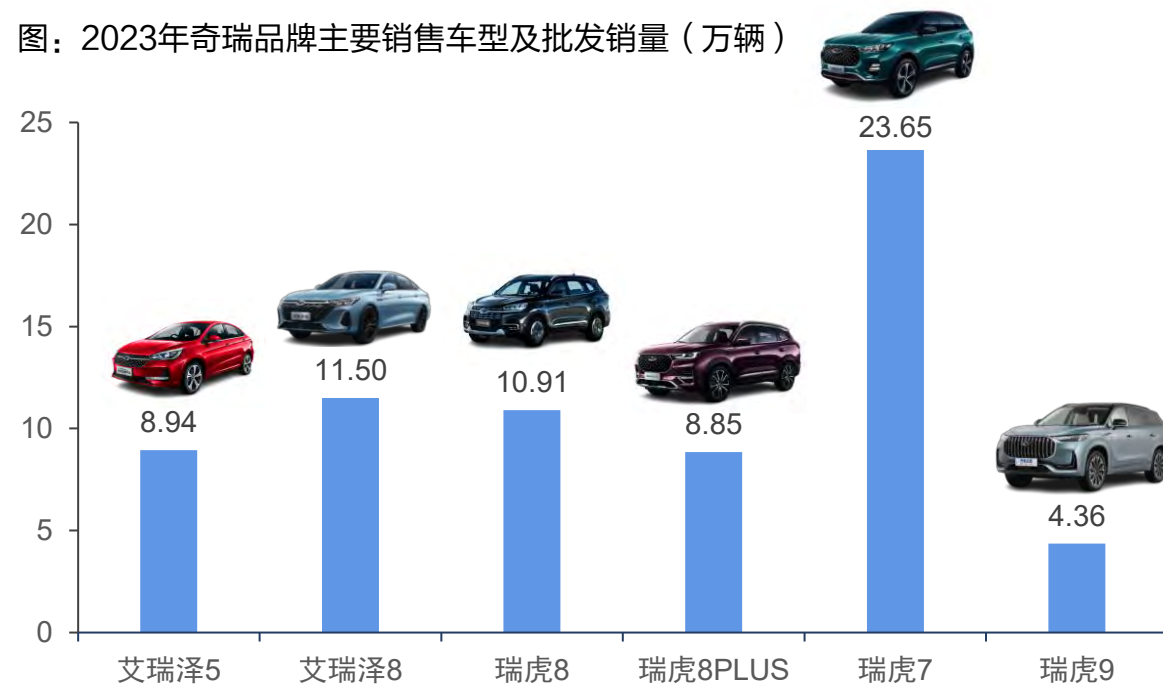
资料来源：奇瑞汽车官网，百度有驾，汽车之家，58汽车，易车网，太平洋汽车，鸿蒙智行官网，星途星纪元官网，iCAR官网，国海证券研究所

- 奇瑞品牌“燃油+新能源”双线并举，不断丰富瑞虎、艾瑞泽、探索、风云四大产品序列。2023年，奇瑞品牌全年销量134.1万辆，同比增加47.6%，其中瑞虎和艾瑞泽系列为当前主销车型。
- 瑞虎系列定位SUV车型，旗下瑞虎7和瑞虎8系列销量优异，据Marklines数据，2023年分别达23.65、19.76万辆，同年5月30日瑞虎9正式上市，全年销量为4.36万辆。艾瑞泽系列为家用轿车车型，当前主销产品为艾瑞泽5和艾瑞泽8，并且销量集中在国内市场。据Marklines数据，2023年艾瑞泽5、艾瑞泽8销量分别为8.94、11.5万辆。目前瑞虎和艾瑞泽系列的主销产品定价均集中在7-15万元的价格段，同时配备鲲鹏动力、智能驾驶辅助系统等全新科技。

图：奇瑞汽车旗下主要车型数据



图：2023年奇瑞品牌主要销售车型及批发销量（万辆）



- 奇瑞探索系列均为紧凑型SUV车型，主打科技时尚，标榜国际风范，现有探索06和欧萌达两款车型。探索06分为悦野版和都市版，相继上市于2023年8月和12月，分别定位于“轻越野”和“都市”市场，2023年共销售3.69万辆。欧萌达于2022年7月正式上市，目标年轻客群，造型新潮时尚，2023年销量达12.92万辆。
- 风云系列为奇瑞品牌全新新能源序列，以混动车型为主。首发车型风云A8（2024年1月上市）定位A级混动家轿，搭载单挡DHT混动变速箱，WLTC工况馈电油耗4.2L/100km，CLTC纯电续航127km，定价11.99-14.99万元。奇瑞汽车营销公司总经理李学用在2023年广州车展期间对媒体表示，风云系列将在两年内推出11款产品，2024年销量达到20万台以上。

图：探索06悦野版与都市版车型格调



图：欧萌达



图：奇瑞风云A8



表：奇瑞风云A8与重点竞品对比（2024年1月）

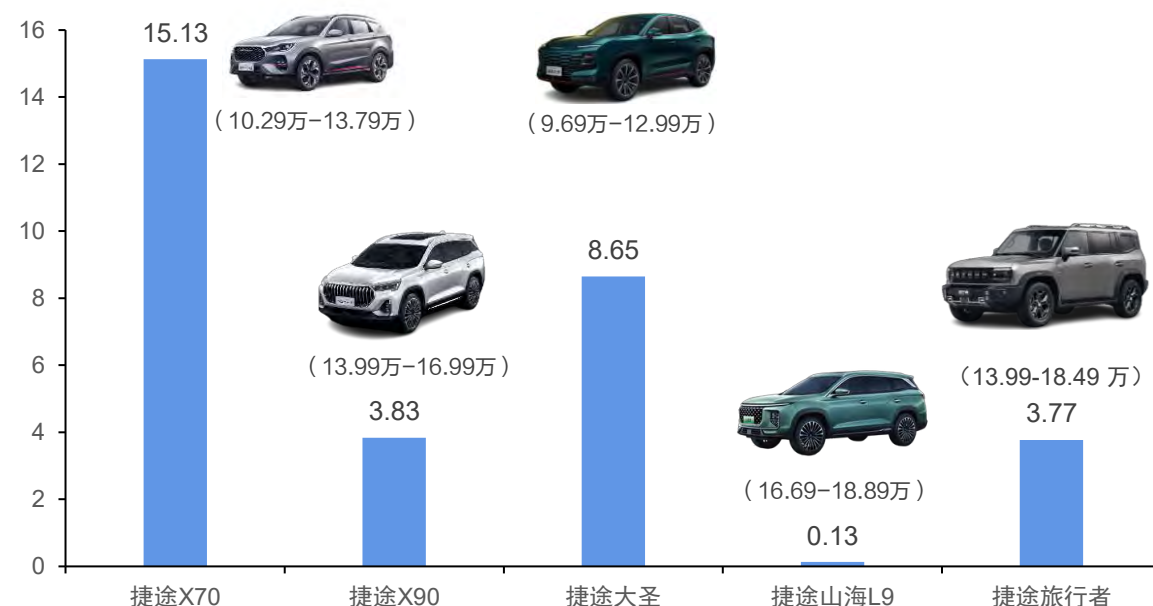
	风云A8	比亚迪秦plus	银河L6	荣威D7
价格 (万元)	11.99-14.99	9.98-13.58	11.58-14.28	12.58-14.58
车长 轴距 (mm)	4780 2790	4765 2718	4782 2752	4890 2810
纯电续航 (km)	127	55/120	60/125	125
综合油耗 (L/100km) (WLTC)	1.01		1.88/1.13L	
最低荷电状态油耗 (L/100km)	4.2	4.6	4.55	4.3

- 捷途是奇瑞商用车于2018年成立的新品牌，对标宝骏，2021年7月升级为独立子品牌，深耕旅行+细分市场。燃油车型有旅行者、大圣、X70、X90四个系列，新能源主要为山海系列，现有山海L9一款混动车型上市，山海系列将陆续推出城市悦野SUV、硬派越野SUV以及皮卡等产品。据奇瑞汽车公众号，2023年捷途品牌销量达31.5万辆。
- 捷途品牌与奇瑞瑞虎系列均聚焦SUV市场，但捷途属于奇瑞控股集团下奇瑞商用车的子品牌，品牌定位略低于奇瑞瑞虎系列。

图：捷途汽车的品牌序列



图：2023年捷途品牌主要销售车型价格区间及批发销量（万辆）



注：捷途山海2023年11月上市，故2023年销量只包括11、12月

- 星途汽车是奇瑞旗下高端品牌，面向国内及海外中高端市场，于2019年4月正式推出。EXEED的名字源于“EXCEED（超越）”，该品牌由国际化团队研发、设计与营销，全球同步上市。
- 目前星途品牌包含星途和星纪元（STERRA）两大系列。
 - ✓ 星途系列定位高端燃油/混动车型，现有追风、凌云、揽月、瑶光四个SUV系列车型。
 - ✓ 星纪元是高端电动化系列，是奇瑞向高端电动市场发力的重点，将涵盖中型至中大型轿车、SUV、MPV等车型，动力系统将包括纯电和增程混动。现已上市一款车型-星纪元ES，为智界S7的姊妹车型；据汽车之家报道，另有一款SUV车型星纪元ET预计将于2024年4月开启预售。

图：星途品牌在售车型举例



图：星纪元ES与智界S7对比

	星纪元ES	智界S7
特点	超舒适，有足够的智能	年轻运动 智能科技
智驾	19.88-33.98万	24.98-34.98万
智驾	NEP智能驾驶	HUAWEI ADS 高阶版 2.0
座舱	星河AI座舱	HarmonyOS 4
电驱	800V超高效电驱	华为巨鲸 800 V 高压电池平台

- iCAR是奇瑞在2023年4月推出的全新新能源品牌，定位于年轻群体，主打“场景智能”，创造更加智能、科技的移动生活方式。未来iCAR将以6款产品、4大产品序列完成全品类覆盖，全面布局ARV、SD、SUV和MPV市场。iCAR现已亮相运动型双门轿跑概念车型iCAR GT，并已上市纯电硬派越野SUV车型 iCAR 03。
- iCAR品牌采用独立经销商渠道，首家iCAR Space于2023年12月2日在重庆开业，据iCAR官网消息，预计2024年达到400余家。首款量产车型iCAR 03预售期间收获大定订单16728台，并于2024年2月28日正式上市。

图：iCAR 03重点信息

尺寸 长×宽×高 (mm)	4406*1910*1715		
价格 (万元)	10.98-16.98万		
电池容量 (kWh)	50.63	65.69	69.77
续航 (km)	401	472/501	501
配置亮点	i-BOX方盒设计 iWD智能电控四驱系统 越级H臂多连杆+液压衬套底盘结构 i-VA智能驾驶辅助 全铝车身设计		



图：全球首家 iCAR Space落户重庆

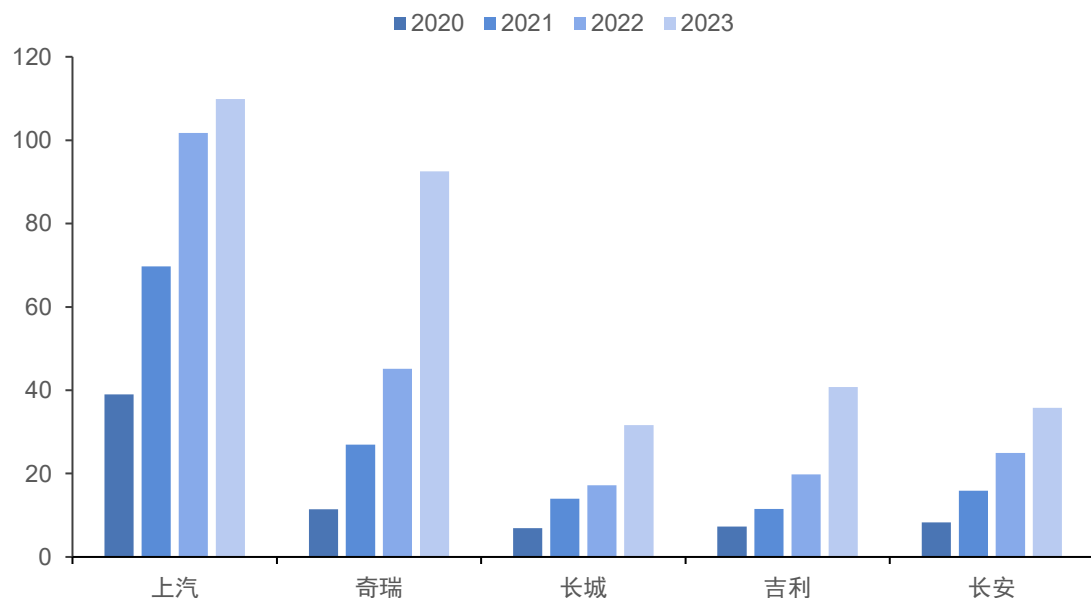


03 海外市场深耕细作，三阶段发展筑就全球化经营

- ◆ 3.1 海外经营超20年，三阶段发展已进入全球化经营模式
- ◆ 3.2 全球广泛布局深耕细作，各市场因地制宜各个击破
 - ✓ 3.2.1 俄罗斯：把握历史机遇，奇瑞已成为当地重要的中国品牌
 - ✓ 3.2.2 中东：奇瑞出海起点，两次进入埃及已成畅销品牌
 - ✓ 3.2.3 东南亚：曾遇拓展困境，重整旗鼓谋求新突破
 - ✓ 3.2.4 中亚：现已CKD进入乌兹别克斯坦与巴基斯坦
 - ✓ 3.2.5 巴西：曾独立建厂经营不顺，合资后走上正轨
 - ✓ 3.2.6 意大利：打入西欧，与DR Motor合作SKD贴牌生产

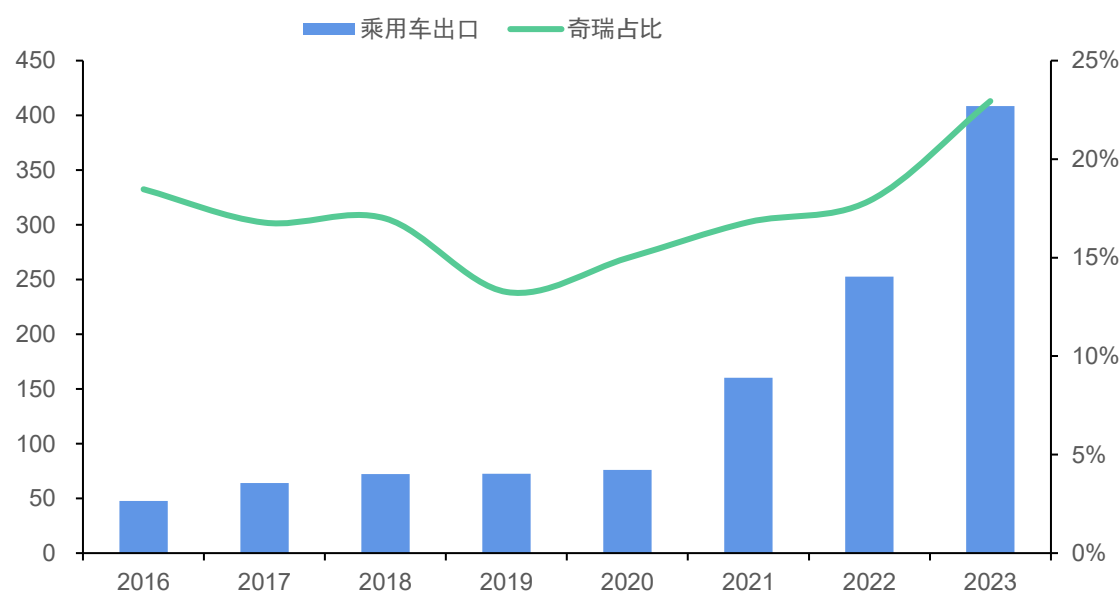
- **从出口到CKD再到海外建厂，奇瑞出海探索20余年。**奇瑞自2001年开始探索海外市场，首先通过国际贸易在中东（叙利亚、伊朗）、东欧（俄罗斯、乌克兰）、北非（埃及、阿尔及利亚）以及东南亚（印尼、马来西亚）等一些发展中国家和新兴市场建立健全的销售服务网络，在形成一定市场规模后，开始在一些重点市场建设生产基地，供应当地市场并辐射周边。
- **奇瑞品牌稳居自主品牌出海龙头，出口量连续21年位居国内自主品牌首位。**据奇瑞汽车公众号数据，2023年奇瑞集团共出口汽车93.7万辆，同比增长101.1%，占总销量49.8%，是海外销量占比最大的自主车企。基于已有的海外生产及渠道布局，我们预计2024年奇瑞海外销量将继续保持良好增长。

图：中国重点车企2020-2023年出口量（万辆）



注：该图为中汽协数据，奇瑞2023年中汽协口径出口92.5万辆

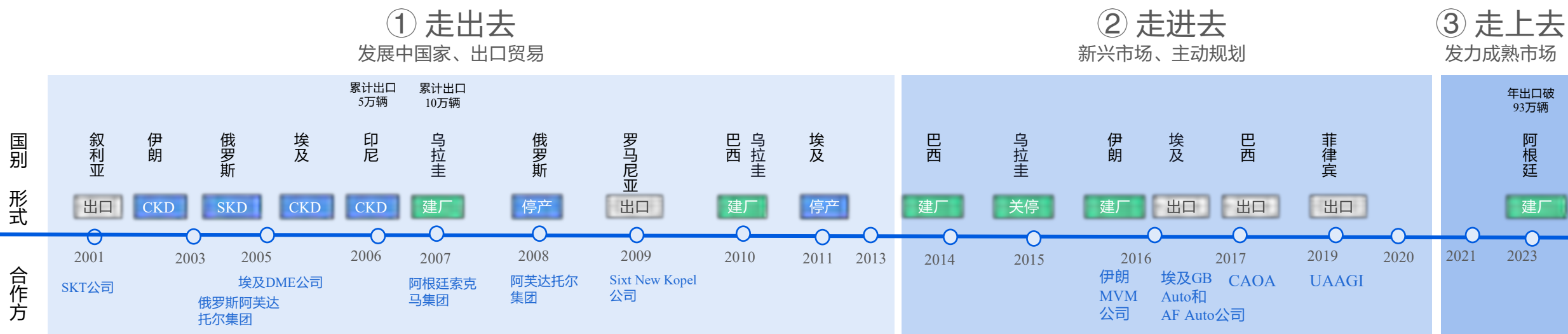
图：2016-2023年中国乘用车出口量（万辆）与奇瑞出口贡献度



■ 奇瑞汽车出海经历了“走出去”的贸易探索阶段，“走进去”的市场经营阶段，以及当前“走上去”的全球化经营阶段。

- ✓ 2013年以前，奇瑞重点布局埃及、叙利亚、伊朗等发展中国家市场，以出口贸易形式实现产品“走出去”；
- ✓ 2014年以后，以巴西工厂的建成为标志，奇瑞开始“走进去”，布局巴西、俄罗斯等新兴市场，主动做属地市场规划和营销管理，进行体系化建设，为全球战略做好准备；
- ✓ 2020年起，奇瑞推动品牌“走上去”，实施全球化经营，加快在欧美主流市场的布局，形成具有竞争力的全球性汽车品牌。
- ✓ 2023年，奇瑞已将车辆出口到80多个国家和地区，连续21年位居中国品牌乘用车出口量第一。

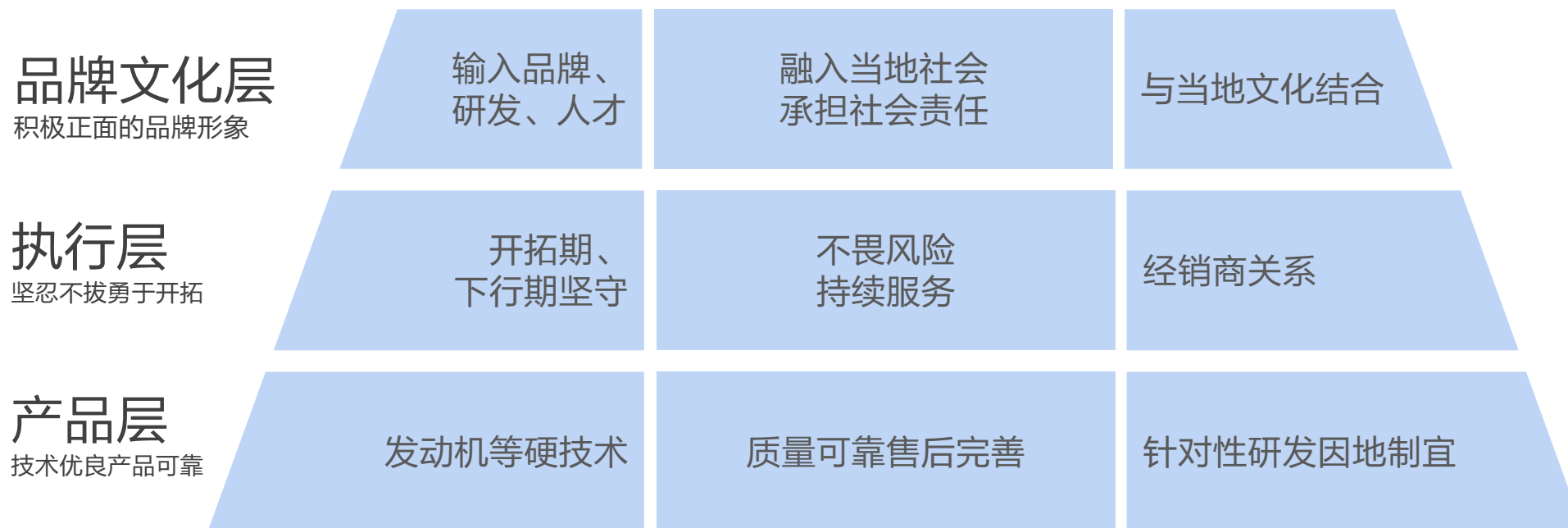
图：奇瑞海外发展各阶段信息



■ 除去先发优势，奇瑞能取得出海成功的关键要素可总结为三大方面：过硬的产品、坚定的执行以及正面的品牌形象三大方面：

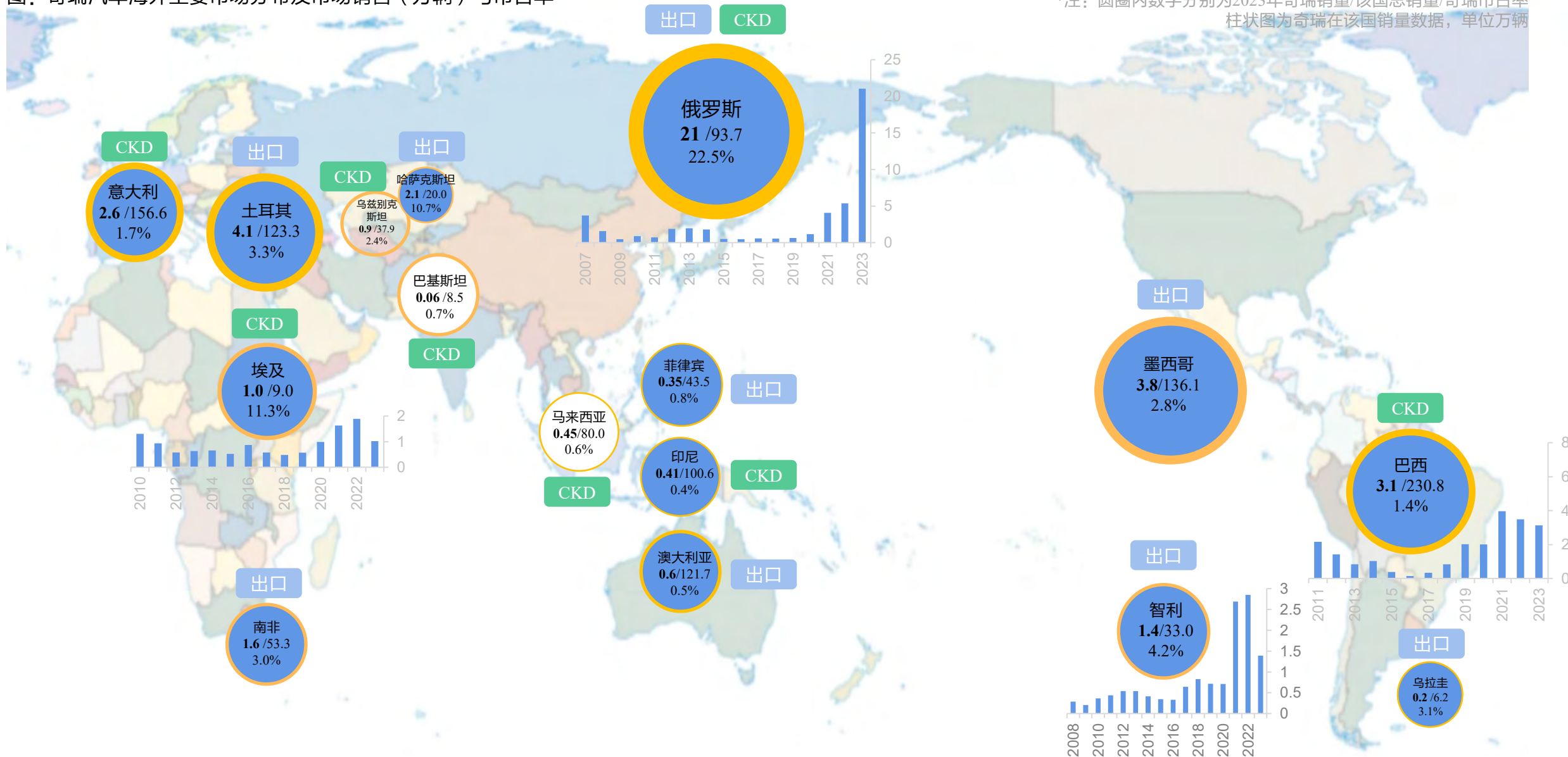
- ✓ **产品层**：依靠深厚的技术积淀，凭借可靠的产品质量和因地制宜的针对性产品开发赢得海外客户的认可；
- ✓ **执行层**：在目标市场艰难开拓并长期坚守，极端地区甚至需要克服动乱风险，持续维护良好的经销商关系；
- ✓ **品牌层**：输入产品的同时也输入技术和人才，积极承担当地社会责任，结合当地文化塑造正面品牌形象。

图：奇瑞出海成功的三大关键要素



图：奇瑞汽车海外主要市场分布及市场销售（万辆）与市占率

*注：圆圈内数字分别为2023年奇瑞销量/该国总销量/奇瑞市占率
柱状图为奇瑞在该国销量数据，单位万辆



地区	国家	合作方	合作方总产能 (万辆/年)	2023奇瑞该国 产量 (万辆)	2023奇瑞该国 销量 (万辆)	基地其他合作方
东南亚	马来西亚	Inokom Corporation Sdn. Bhd., Kulim Plant	3.8	0.5	0.45	东风汽车, 北汽福田, 保时捷, 宝马, MINI, 马自达, 现代, 起 亚, Inokom
东南亚	印度尼西亚	PT HIM Bekasi plant (原 PT. Hyundai Indonesia Motor)	2.5	0.6	0.41	欧萌达, 现代, 哪吒
南美	巴西	CAOA Chery Brasil, Jacarei 工厂 (原Chery Brazil)	5			/
南美	巴西	CAOA Chery Brazil, Anapolis Plant (原Hyundai Caoa do Brasil Ltda.)	11.5	3	3.1	现代, Others
南美	阿根廷	2023年2月宣布建厂	5 (2023-2025年) 10 (2030年)	/	0.05	/
中亚	乌兹别克斯坦	ADM-Jizzakh (Lada)	2.5	/	0.9	哈弗, 雷诺, 伏尔加, 起亚, Lada
中亚	哈萨克斯坦	Astana Motors	9	2025年投产	2.1	长城哈弗, 长安汽车
中亚	巴基斯坦	GAL, Bin Qasim Plant (原Ghandhara Nissan Ltd. (GNL))	1.6	0.05	0.06	江淮, 雷诺卡车, Ghandara Industries
中东	埃及	GB Auto S. A. E., Cairo Plant	8	/	1	三菱扶桑, 沃尔沃, 现代, Marcopolo, Others
欧洲	意大利	DR Automobiles srl, Macchia d'Isernia Plant	6	/	3.3	DR Motor

■ 奇瑞在俄深耕近20年，出口贸易与本地组装生产并行，2023年在俄销售21万辆，仅次于俄罗斯本土品牌拉达汽车。

■ 奇瑞2005年开始布局俄罗斯，曾因俄政策调整而销量低迷。2022年俄乌冲突致俄汽车市场格局突变，国际车企纷纷退出，市场供给显著下降，以奇瑞为代表的中国车企获得快速发展机遇。

■ 2023年，我国对俄罗斯出口汽车超90万辆，俄罗斯已成为我国汽车产业的最大海外市场，奇瑞是俄罗斯市场最畅销的中国品牌之一。

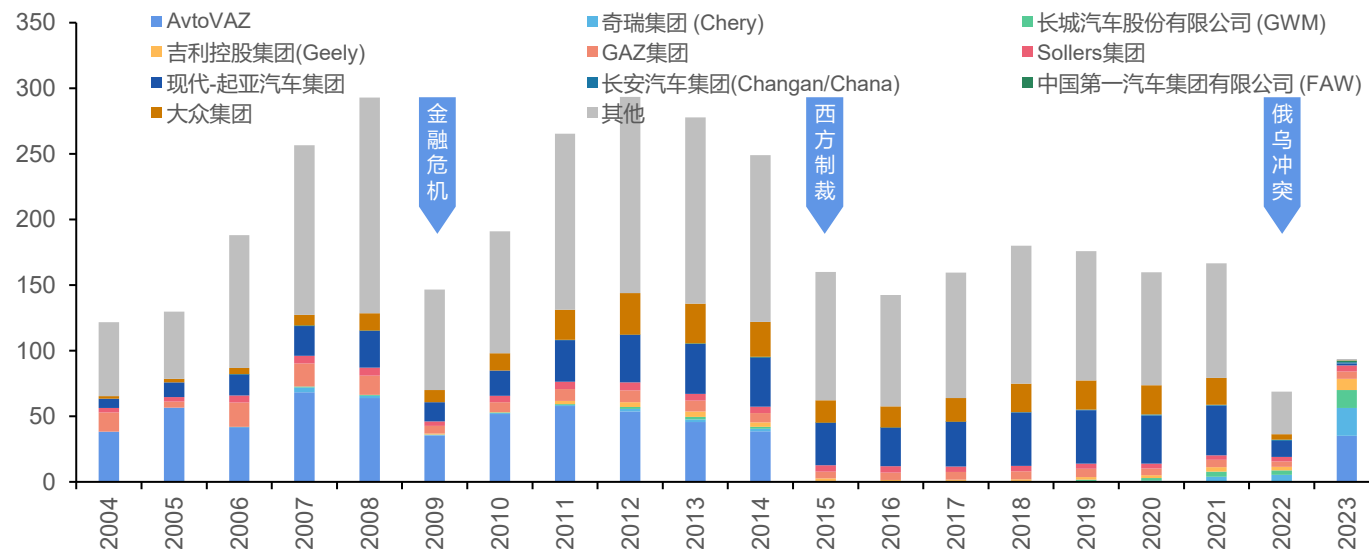
表：奇瑞集团在俄罗斯发展重点事件

- >2005年，通过与新西伯利亚运输服务公司合作建设SKD工厂（新西伯利亚工厂）进入俄罗斯市场；
- >2006年，俄罗斯产业政策调整，SKD停产；同年4月奇瑞与阿芙达托尔集团合建第二工厂投产并销售；
- >2007年，在俄销售3.71万辆，同比增长245%；
- >2008年，上半年由于俄产汽车份额下降以及奇瑞销量的大幅增加，与阿芙达托尔集团的合作中止，同年下半年奇瑞与TagAZ开始合作，但受到合作中止的影响，奇瑞当年在俄销量仅为1.57万辆，下降57.6%；
- >金融危机发生后，俄罗斯2009年汽车销量147万辆，同比下降49%，奇瑞销量也下滑至4922辆并终止了和TagAZ的合作；
- >2014年，奇瑞开始在Derways工厂组装生产汽车，当年在俄销量1.81万辆；
- >2015年，受西方制裁和经济下滑影响，奇瑞在俄销量下滑至4964辆；
- >2017年，据俄罗斯卫星通讯社，由于瑞虎3在俄上市以及经销商网络的优化，奇瑞在俄销量上升至5296辆；
- >2021年，瑞虎7成为俄罗斯最畅销的中国汽车，销量达到1.4万辆，同时由于瑞虎8 PRO、瑞虎4 PRO、星途TXL等新车型的推出，奇瑞在俄销量达到4.08万辆，同比增长250%。
- >2022年，俄乌冲突后奔驰、丰田、现代等国际车企纷纷退出俄罗斯市场，俄本土品牌和中国汽车品牌迎来发展机遇。
- >2023年，俄乌危机后迎来快速增长机会，2023年在俄销售21万辆，俄罗斯已成为奇瑞海外最大单一市场。奇瑞汽车已成为俄罗斯汽车市场销量亚军，仅次于俄罗斯本土品牌拉达。

图：2023年俄罗斯市场主要汽车集团销量及市占率

集团	2023	市占率
AvtoVAZ	352572	37.6%
奇瑞集团 (Chery)	210424	22.5%
长城汽车 (GWM)	138462	14.8%
吉利控股集团 (Geely)	85254	9.1%
GAZ集团	56077	6.0%
Sollers集团	45953	4.9%
现代-起亚汽车集团	13788	1.5%
长安汽车集团	11267	1.2%
中国一汽 (FAW)	10203	1.1%
大众集团	3311	0.4%
其他	9770	1.0%
合计	937081	

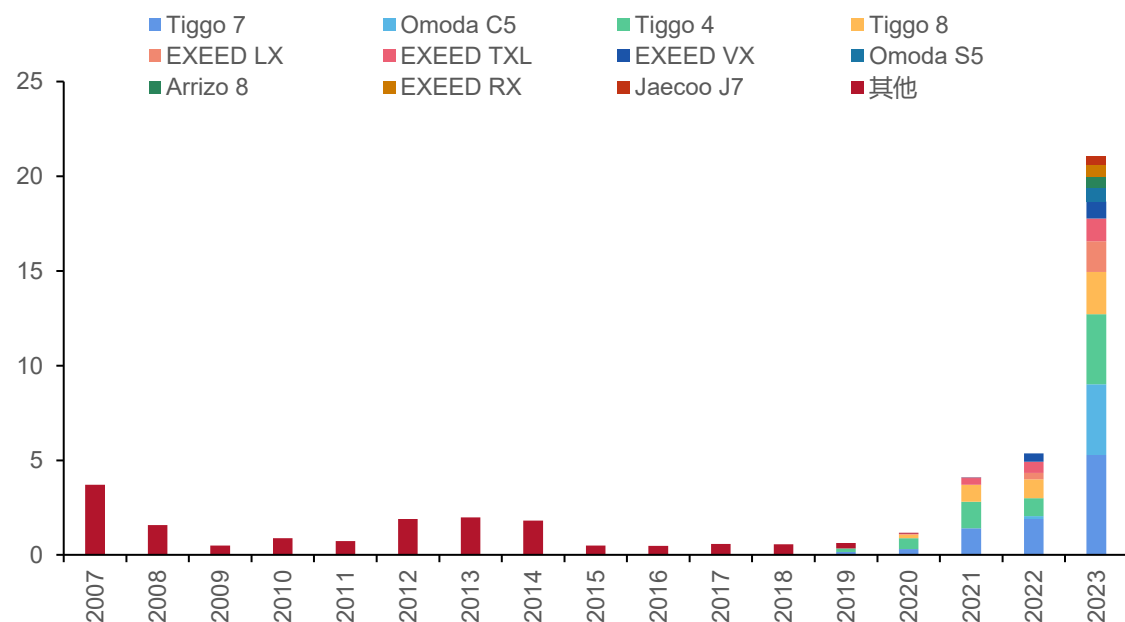
图：2004-2023年俄罗斯分集团销量（万辆）



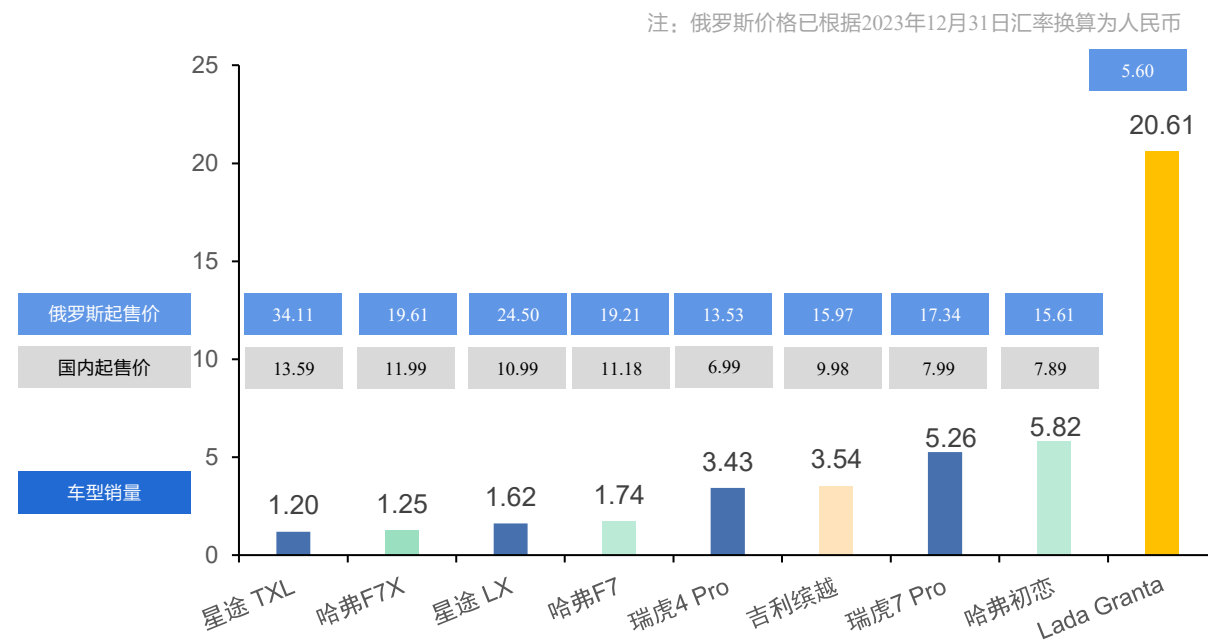
资料来源：第一财经日报，第一财经，经济参考报，俄罗斯卫星通讯社，新华网，21世纪经济报道，中国新闻网，搜狐汽车，凤凰网汽车，中国汽车报，经济日报，Marklines，国海证券研究所

- 在新冠疫情和俄乌冲突的接连影响下，俄罗斯汽车供给严重不足，给我国自主品牌在俄发展带来了难得机遇。2021年开始，奇瑞汽车在俄罗斯市场销量显著提升，2023年大幅增长291.8%至21万辆。2020年及之前，奇瑞在俄罗斯年销量则长期徘徊于4万辆以下。
- 奇瑞汽车在俄销量主要集中于小型和紧凑型SUV，2024年将进一步推出瑞虎9、捷途J8等中型SUV以丰富更高价位的车型供给。目前奇瑞、星途、欧萌达和捷途品牌在俄均有销售，其中奇瑞瑞虎7 Pro车型最为畅销，2023年在俄销量5.2万辆，占公司在俄总销量的1/4。
- 奇瑞汽车在俄罗斯的主要竞争对手为拉达、吉利和长城三家车企，主要竞品车型有哈弗初恋/F7，吉利缤越等。奇瑞车型在俄售价相较于国内普遍高出60%-150%。

图：2007-2023年奇瑞在俄罗斯分车型销量（万辆）



图：奇瑞主要车型及主要竞争车型2023年在俄销量（万辆）及价格（万元）



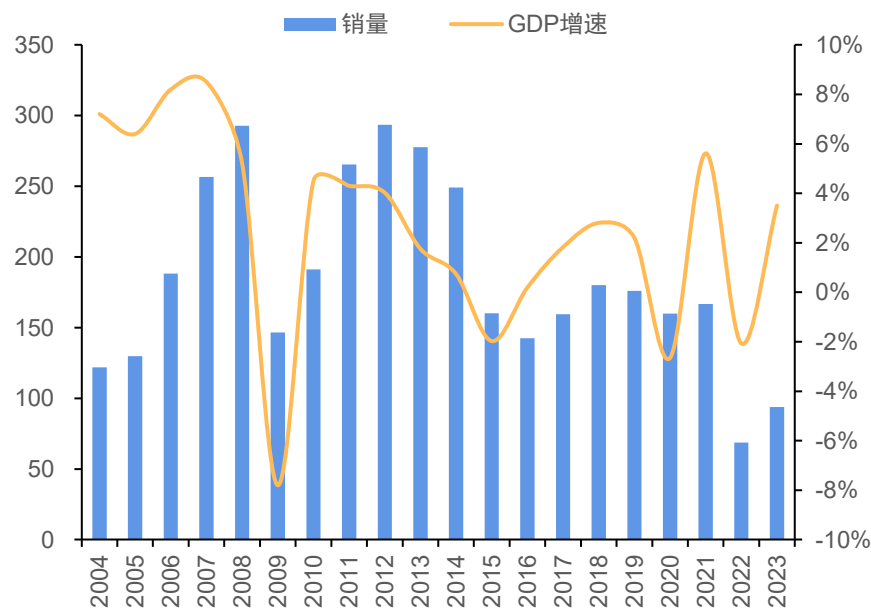
■ **经济形势好转，俄罗斯汽车销量预计在未来几年将进一步平稳回升。**2023年俄罗斯经济形势好转，2024年汽车销量有望进一步回升。据俄罗斯经济发展部预测2024-2026年新车销量将分别增长至110.8万辆、116.3万辆和122.5万辆，国内汽车生产复苏下进口量每年下降20%。分析机构AUTOSTAT预计2024年俄罗斯汽车销量增长24%至130万辆的可能性较大，乐观情况可达148万辆。

■ **产品层面中国汽车较俄罗斯本土产品竞争优势较大，以奇瑞为代表的中国自主品牌汽车在俄影响力逐步提升，畅销态势有望持续。**

图：2004-2023年俄罗斯汽车销量（万辆）及不变价GDP增速

图：拉达 Granta 和奇瑞瑞虎4 pro 外观和内饰对比

注：俄罗斯价格已根据2023年12月31日汇率换算为人民币

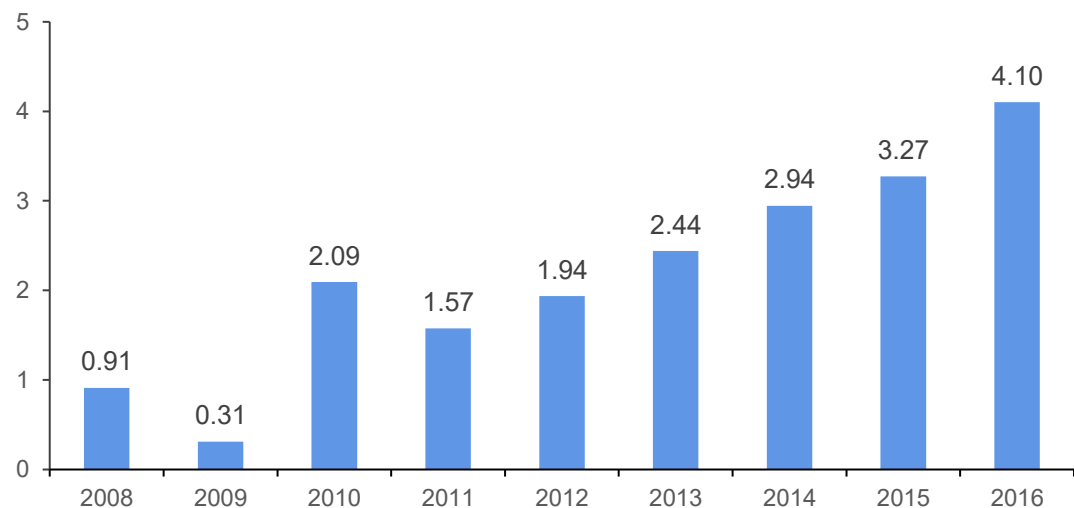


- **2001年叙利亚车商主动上门寻求进口，奇瑞汽车意外开启出海征程。**2001年，叙利亚车商萨米尔在北京某车展上对“风云”轿车十分看好，几经波折找到尹同跃当面洽谈后敲定了首批10台“风云”出口叙利亚事宜。2003、2004年，奇瑞出口叙利亚销量分别达到1000、3000辆，让奇瑞意识到海外市场的潜在价值。但近年叙利亚局势动荡，2023H1汽车销量仅320辆，均来自现代起亚集团。
- **2004年，奇瑞与伊朗MVM公司合作建设CKD组装厂，是首个进入伊朗的中国乘用车企业。**2009年，奇瑞收购MVM公司部分股权成最大股东，成立奇瑞MVM合资公司，并主导建立属地化团队全面负责合资公司经营管理。2017年底，奇瑞MVM合资公司已成为仅次于伊朗两大国企Khodro和SAIPA的第三大车企。2019年受美国制裁趋严的影响，奇瑞在伊朗的销量同比下降99.7%。据中国汽车流通协会数据，2023H1 SAPAI、标致以及Khodro三个品牌占据了伊朗超95%市场。

图：2001年奇瑞10辆风云轿车经天津港出口叙利亚首次实现出口



图：2008-2016年奇瑞在伊朗销量（万辆）



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/387064114153006153>